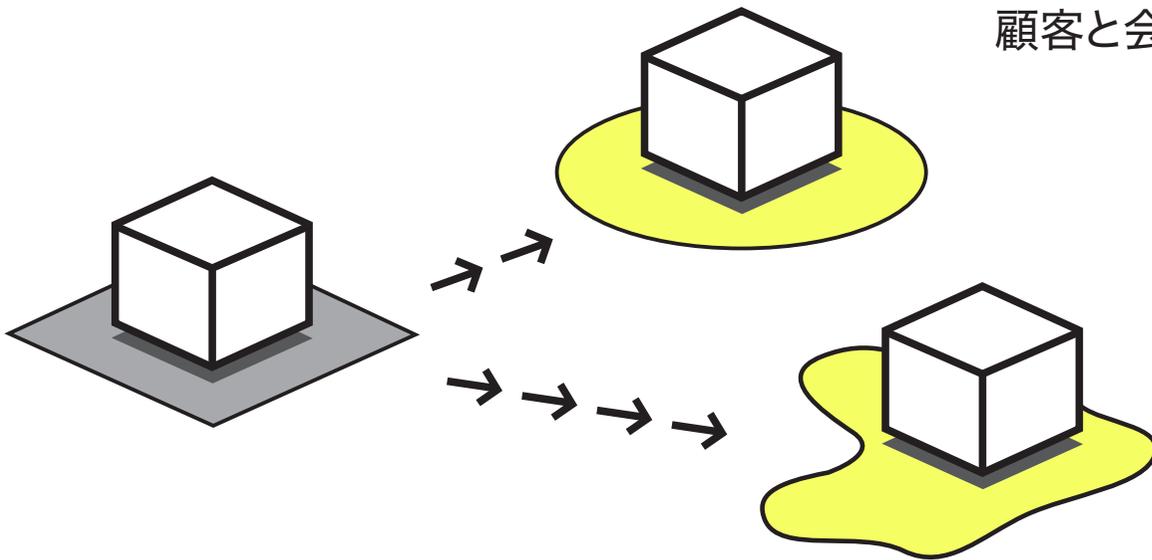


# MEDIA THINKING

メディアシンキングのご案内

社員の試行錯誤の声を顧客に響く情報に。  
顧客と会社の思いを1つにするコミュニケーション



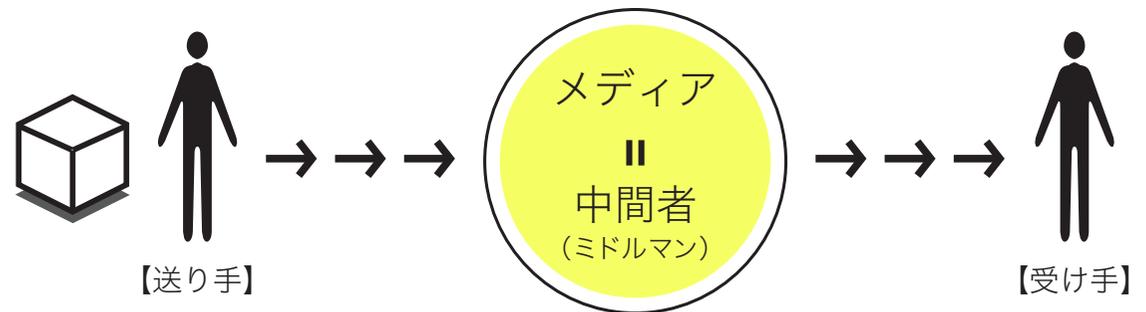
# 突破力のあるコンテンツのために

「紋切り型・パターン化しやすい企画の刷新」

「新コンセプト・新しい顧客層を取り組む要素の発見」

「“販促力” など中長期視点で活用できる、組織の隠れたコンテンツ発見」

このようなニーズを抱えていませんか。データドリブンだけのマーケティング／ブランディングをしてしまい、自社内で得心することできず、他人事セールスになってしまうケースが多々、見受けられます。まず、自社商品の価値を自社内で、コンテンツとして再発見するプロセスが大切ではないでしょうか。その際、自己満足的な自社コンテンツ形成では当然、意味はありません。インナー（内向き）すぎるからです。インナー（自社）とアウトター（顧客）の間に立つ「メディア（媒体）シンキング」が有効です。「メディアシンキング」によって、顧客の思いと自社の思いを1つにつなぐコミュニケーションサービスが実現できます。オウンドメディア（自社メディア）などのインターネットメディアが強くなった現在、会社自身がメディアになる時代のコンテンツ支援をします。



中間者（ミドルマン）の視点でバランスを取る。

# プロジェクトの芯を強くする メディアシンキングの実践

メディアシンキングとは？ ミドルマンの視点をどう会得するのか？ 実際のプロジェクトのスターターとして、または中間時のブレイクスルーとして、ワークショップ形式で強いコンテンツの指針を明確にします。

## ① 見えてなかった要素をつなぐ ／編集的記入式シート

社員のみなさまが、それぞれの部署から商品について、当社が独自で開発したシートに記入しながら確認します。また社史や歴史文化的背景なども集め、商品の全体像を可視化します。思いもみなかった商品のポテンシャル（可能性）に気づく、商品の「見えていなかった」要素を可視化するなど、商品の深みを知ります。



## ② ミドルマンとしての ロールプレイ

グループの中で、顧客と自社のサイドに立つ人に分かれ、立場を入れ替え（ロールプレイ）ながら、どの説明、どの言葉が響くか検証します。論理説明だけでなく感性的共鳴もふくめて検証します。顧客べったりでもなく、自社自慢でもない、ミドルマン的視点の判断力からバランスをもってコンテンツを考えていきます。



## ③ オウンドメディア式 プレゼンテーション

さまざまなコンテキスト（背景、文脈）を想定して、商品・サービスの価値を再発見し、新たな魅力を引き出します。そのことで予想外の顧客層が見えてくる可能性があります。この発見には、驚きがあり、それをオウンドメディア（自社メディア）になった場合を想定して、プレゼンテーション形式で表現してみます。



形式：ワークショップ形式

人数：異部署5人で1グループ × 3組以上

時間：2日間（1日7時間 × 2日）\*

提示：実際の課題（たとえば新しい顧客層をどう取り入れるか）

\*一例です、実際のワークショップ開催時間等は、事前にプロジェクトの状況などにあわせて、柔軟に対応いたします。

# メディアシンキングをカタチに

ワークショップだけでは、意味がありません。そこで生まれたメディアシンキングを実行してカタチにする必要があります。ワークショップで生まれたアイデアに合わせて、様々なアプローチでサポートします。

メディアシンキング  
ワークショップ

- ・ 情報最大化
- ・ ミドルマンの視点
- ・ コンテキスト変換

 **ワークショップ解析報告書**  
(当社からのレポートしてご提出)  
今後のマーケティング、ブランディング、  
宣伝への重要素材提供

## メディア発信

メディアシンキングの視点で、ペーパーメディア、オン  
スクリーン、など最適なメディア発信を行いましょう。当  
社が印刷、配信までカタチにするお手伝いします。



## サービスデザイン

実際のサービスにも応用して、コンテンツの反応をお客  
さまから直接フィードバックを受けましょう。当社のサー  
ビスデザイン施策でお手伝いします。



## プロダクト（プロトタイプ）

商品に、コンテンツのメディアシンキングの視点を反映  
させましょう。プロトタイピングの手法で、当社がカタチ  
にするお手伝いをします。



# *CONCENT*

お問い合わせ

<https://www.concentinc.jp/contact/>

— メディアシンキングについて、さらに詳しい解説と事例を当社 web サイトに掲載しています —

■ 顧客に響くコンテンツを紡ぎ出す「メディアシンキング」とは？

[https://www.concentinc.jp/design\\_research/2017/10/media-thinking/](https://www.concentinc.jp/design_research/2017/10/media-thinking/)

■ 「メディアシンキング」による顧客との新しいコミュニケーション構築 - はくばくリブランディングワークショップ

<http://sd-park.tumblr.com/post/167041080411/hakubaku-workshop1>

<http://sd-park.tumblr.com/post/167331495826/hakubaku-workshop2>